

Seriya motivacijskih plakata

Stanešić, Luka

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:901249>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-27**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

155/MED/2021

Seriya motivacijskih plakata

Luka Stanešić, 3405/336



Sveučilište Sjever

Medijski dizajn

155/MED/2021

Seriya motivacijskih plakata

Student

Luka Stanešić, 3405/336

Mentor

Antun Franović, Docent akad. slik.

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za umjetničke studije		
STUDIJI	preddiplomski sveu ilišni studij Medijski dizajn		
PRISTUPNIK	Luka Stanešić	JMBAG	0336030911
DATUM	30.08.2021.	KOLEGIJI	Ilustracija
NASLOV RADA	Serija motivacijskih plakata		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Collection of motivational posters		
MENTOR	Antun Franović	ZVANJE	Docent akad. slik.
ČLANOVI POVJERENSTVA	<ol style="list-style-type: none"> 1. doc. art. Ivana Matija Bitanga - Predsjednik 2. doc. akad. slik. Antun Franovi - Mentor 3. izv. prof. dr. sc. Petar Miljkovi - lan 4. doc. art. dr. sc. Mario Periša - zamjenski lan 5. _____ 		

Zadatak završnog rada

BROJ 155/MED/2021

OPIS

Izrada serije motivacijskih plakata pomoću Sprej Paint art tehnike. U radu se obrađuju teme vezane uz plakat kao fenomen vizualnih umjetnosti u svrhu društvene komunikacije. Osvjetljava se fenomen grafita kao kategorija umjetničkog izraza kao i kategorije društvene komunikacije to jest socio-kulturnog fenomena. U praktičnom dijelu rada objašnjen je postupak izrade te realizacija plakata pomoću Sprej Paint art tehnike.

U radu je potrebno

- Artikulirati temu završnog rada
- Istražiti povijest razvoja plakata sa aspekta ilustracije i društvene komunikacije
- Definirati medij i sve potrebne aspekte izvedbe praktičnog dijela završnog rada
- Istražiti komunikacijsku dimenziju/društvenu ulogu praktičnog dijela završnog rada
- Analizirati(u realno ostvarivom obimu) polučeni rezultat rada i iznijeti zaključak

ZADATAK URUČEN

19.2021

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE
SJEVER



Sažetak

Ovim radom je cilj osvijestiti mnoge a ponajviše one koji se tek upuštaju u vode umjetnika. Dugotrajnim procesom napretka i usavršavanja mnogo ljudi odustaje u početku, stoga je cilj ovoga završnog rada ohrabriti i dati samopouzdanje umjetnicima da nastave dalje u svojim pothvatima i da vjeruju u sebe da će jednoga dana uspjeti ostvariti svoj san kakav god on bio. Također u ovome radu će se pisati o nastanku prvih plakata odnosno koja je bila njihova uloga kroz povijest, koje vrste plakata postoje te koja im je namjena. Ujedno, njihova namjena i ciljna skupina koja utječe na dizajn samog plakata. Nadalje, prikazat će se cijeli proces stvaranja plakata počevši od početne ideje, skiciranja plakata, odabira i stvaranja motivacijskih rečenica, kao i odluku zašto je odabran sprej kao tehnika ilustracije i tipografija za prethodno navedene plakate.

Ključne riječi: Plakat, Umjetnost, Motivacija, Sprej, Tehnika ilustracije, Tipografija, Dizajn, Namjena

Abstract

This thesis aims to raise awareness of many, especially those who are just entering the waters of artists. Through a long process of progress and improvement, many people give up at the beginning, so the goal of this final thesis is to encourage and give confidence to artists to continue in their endeavors and to believe in themselves that one day they will succeed in realizing their dream. Also in this paper we will write about the origin of the first posters, what was their role throughout history, what types of posters exist and what is their purpose. At the same time, their purpose and target group that influences the design of the poster itself. Furthermore, the whole process of creating posters starting from the initial idea, sketching the posters, selecting and creating motivational quotes, as well as deciding why the spray was chosen as an illustration and typography technique for the aforementioned posters will be presented.

Keywords: Poster, Art, Motivation, Spray, Illustration technique, Typography, Design, Purpose

Popis korištenih kratica

SPT Spray Paint Tehnika
Tehnika slikanja akrilnim sprejevima

1. Sadržaj

2.	Uvod.....	6
3.	Povijest plakata	8
3.1.	Razvoj plakata	8
3.2.	Prvi plakati u Hrvatskoj.....	9
4.	Plakat.....	10
4.1.	Osnovna podjela plakata	11
•	reklamni plakati,	11
•	filmski plakati,	11
•	motivacijski plakati,	11
•	plakati nekog događaja.	11
4.2.	Osnovne karakteristike svakog plakata	14
4.3.	Dizajn i namjena.....	15
•	tipografski plakati,	15
•	slikovni plakati,.....	15
•	grafički plakati.	15
5.	Odabir ilustracijske tehnike	18
5.1.	Počeci Spray paint arta.....	18
6.	Izrada plakata	19
•	razrada ideje, odabir tematike ilustracije, analiza ciljane skupine, odabir formata i crtanje skice,	19
•	ilustracija plakata SPT-om, skeniranje te digitalno uređivanje kao što je dodavanje citata, izoštravanje i priprema za print.....	19
6.1.	Razmišljanje o ideji, stvaranje skica	19
6.2.	Priprema za slikanje ilustracija	21
6.3.	Izrada ilustracija	23
7.	Digitalna obrada plakata	25
7.1.	Citati	25
7.1.1.	<i>Plakat jedan</i>	25
7.1.2.	<i>Plakat dva</i>	26
7.1.3.	<i>Plakat tri</i>	26
7.1.4.	<i>Plakat četiri</i>	26
7.2.	Dodavanje citata	27
7.3.	Završetak plakata.....	28
7.3.1.	<i>Plakat jedan</i>	28
7.3.2.	<i>Plakat dva</i>	29
7.3.3.	<i>Plakat tri</i>	30
7.3.4.	<i>Plakat četiri</i>	31
8.	Samo analiza	32
8.1.	Analiza teorijskog dijela.....	32
8.2.	Analiza praktičnog dijela	32
9.	Zaključak.....	33

10. Literatura (stil – Naslov 1).....	36
[1] http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/plakat.htm , Dostupno 06.07.2021.	36
[2] https://blog.icons8.com/articles/graphic-design-poster-design-tips/ , Dostupno 06.07.2021.	36
[3] https://design4users.com/the-art-of-poster-design-goals-types-and-directions/ , Dostupno 07.07.2021.....	36
[4] M. Tomiša/M. Milković: Grafički dizajn i komunikacija, Sveučilište sjever, Varaždin, 2013. 36	
[5] https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=61406 , Dostupno 07.07.2021.	36
[6] https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27123 , Dostupno 07.07.2021.	36
[7] https://www.nytimes.com/2011/11/06/magazine/who-made-spray-paint.html , Dostupno 04.08.2021.	36
[8] https://www.pinterest.com , Dostupno 6.8.2021.....	36
[9] https://www.fontsquirl.com/fonts/aileron , Dostupno 20.08.2021.	36
11. Popis slika	37

2. Uvod

U ovo vrijeme u kojem se nalazimo vezano uz situaciju s pandemijom potrebna nam je motivacija. Primarna želja je motivirati umjetnike da ne odustaju od svojih ciljeva, a ujedno i pobuditi njihovu želju za uspjehom. Svaka motivacija je dobrodošla u bilo kojem aspektu života bila to umjetnost, tjelovježba ili nešto drugo. Iz tog razloga je ponajviše odabrana ova tema kojom bih se ljudima probudio mali tračak nade u njihovoj težnji prema uspjehu sukladno njihovom uloženom vremenu i trudu.

Bilo koja stvar na ovom svijetu ima svoj početak nastajanja pa tako i plakati imaju svoj. U početku njihova primjena bila je vezana uz promicanje političkih stranaka i za regrutiranje vojnika. Današnji plakati osim u političke svrhe, koriste se i u mnoge druge svrhe kao što su reklamiranje proizvoda, motivacija mase ljudi, promocija filmova i najava događaja.

U današnje vrijeme postoji široki spektar različitih vrsta i namjena plakata. Zainteresiranoj masi koja se želi upustiti u stvaranje plakata, razvojem tehnologije omogućen je pristup da u bilo koje vrijeme može naći odgovarajuću sliku, otvoriti stranicu na internetu te u par koraka stvoriti unikatni plakat prema vlastitim željama. Za dobar plakat bitno je razumjeti povezanost njegove namjene s vrstom. Na primjer, uobičajeno je da se za plakat restorana koristi slika hrane koja vizualno privlači promatrača koji potencijalno može postati potrošač. Nije isto izraditi reklamni ili motivacijski plakat. Razlika je u tome što reklamni plakat ima svrhu da pobudi interes ljudi za posjet restoranu, dok namjena motivacijskog plakata nije privlačenje kupaca, već služi da navede promatrača da se sam upusti u vode kuhanja.

Za lakše razumijevanje teme koja je odabrana za obradu, prvenstveno će biti objašnjena povijest ilustracijske tehnike koja se koristi. Smatra se da je za razumijevanje razvoja tehnike koju umjetnik koristi značajno shvaćanje njegova samog rada. Prema tome opisana je povijest nastanka SPT-a, utjecaj izuma same boje u spreju na razvoj ove tehnike slikanja te kako on postaje medij umjetnicima. Primjerice mnoge bande u SAD-u za obilježavanje svog teritorija počinju koristiti sprej pa tako dolazi do pojave grafita koji su u konačnici zaslužni za pojavu SPT-a.

Na posljetku ovaj završni rad svodi se na ilustraciju serije plakata koja se sastoji od triju plakata, ilustriranih sprej tehnikom i digitalnim uređivanjem te dodavanjem tipografije. Motivacijske rečenice koje se koriste i će neke biti mali izvor motivacije samim pogledom

plakata u prolazu kao i za one koji će se dublje upustiti u proučavanje plakata ukazuju na želju za uspjehom odnosno ostvarivanju zacrtanih ciljeva.

3. Povijest plakata

Za početak potrebno je objasniti povijest plakata, njihov nastanak, čemu su služili i njihov dizajn koji je bio osmišljen za privlačenje određenih skupina. Na primjer, na starim plakatima tjeratica bila je naglašena svota novca za traženu osobu kako bi privukla lovce na glave da se zainteresiraju za traženu osobu.

„Početci prvih plakata potječu još iz rimskog doba. Gdje su se najčešće na drvene ili kamene pločice ispisivala imena glumaca.“ [1] U srednjem vijeku plakati su se ispisivali na papiru i imali širu upotrebu. U 16. stoljeću za ispisivanje koristile su se bakrene pločice ili drvorez, a jedno stoljeće kasnije u Francuskoj se pojavljuju plakati s karikaturama.

3.1. Razvoj plakata

Prvi moderni plakati pojavili su se u drugoj polovici 19. stoljeća. Za njihov brzi razvitak bio je zadužen njihov grafički prikaz. Budući da u to vrijeme nije bilo ničeg sličnog tome, može se reći da je plakat postao revolucionarna ideja marketinga i propagande. Zahvaljujući plakatima došlo je i do velikog razvitka tipografije koja je omogućila da se sami grafički dizajn prilagodi određenoj namjeni. Mnogi umjetnici poput Henry Toulouse-Lautrec-a i Henry van de Velde-a upuštaju se u vode ove nove umjetnosti. Time dolazi do još većeg rasta upotrebe plakata koji se koriste za promicanje različitih političkih stranaka, regrutiranje vojnika, oglašavanje proizvoda i širenje ideja široj javnosti kao što prikazuje slika 1.1 poziv Amerikanaca da se prijave u vojsku.

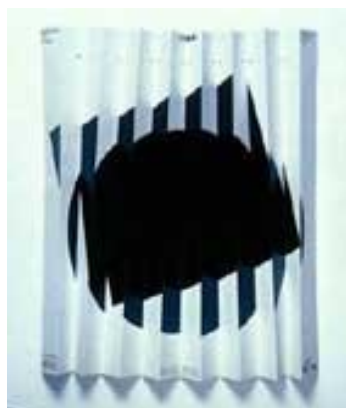
„Pa tako kao što su u današnje vrijeme plakati veoma sveprisutni u našem društvu prikazuje kolika je zapravo njihova važnost i koliki utjecaj imaju.“[2] Susrećemo ih svaki dan, šetnjom na ulici, vožnjom automobilom ili javnim prijevozom pa čak i digitalno unatrag nekoliko godina te smo nesvjesno sve više pod utjecanom plakata u odnosu na druge vrste medija.



Slika 1.1: James Montgomery Flagg, Uncle Sam, 1917

3.2. Prvi plakati u Hrvatskoj

„U Hrvatskoj se početkom 20. stoljeća plakatom bave Tomislav Krizman i Ljubo Babić.“[1] Razvoj hrvatskog plakata bio je izražen zahvaljujući pojavi ruske avangarde i ulične slike koja je omogućila da se u Europi radi škole dizajna Bauhaus i Njemačkog pokreta Nova stvarnost neki hrvatski umjetnici poput Borisa Ljubičića izdignu na svjetsku razinu i budu višestruko nagrađivani za svoj rad. „Plakat "Volim kvadrat i krug", koji je izdao zagrebački Muzejski dokumentacijski centar, Ljubičić je dizajnirao za Međunarodni dan muzeja - 18. svibnja 2000. Tim radom autor je obilježio kraj dvadesetoga stoljeća i drugog milenija sintezom kvadrata i kruga.“[1] Plakatom je Boris Ljubičić osvojio prvo mjesto na dizajnerskom natječaju europskog dizajnerskog centra Design Zentrum Nordrhein-Westfalen prikazavši kocku kao zapadnu kulturu i krug kao istočnu kulturu pri čemu opisuje sintezu te dvije kulture.



Slika 1.2: B. Ljubičić: "Volim kvadrat i krug"

4. Plakat

„Plakat (od riječi plak mrlja, krpica) je pisana, crtana, grafički umnožena obavijest nalijepljena ili izvješena na javnim mjestima. Sadržaj i tekst su usmjereni na što upadljivije djelovanje. Likovno-tematski elementi redovno se stiliziraju odnosno reduciraju na bitno, a u primjeni boja teži se za što jačim kolorističkim efektom.“[1] Plakat možemo opisati kao oslikani list papira koji služi za poticanje ljudi na određenu radnju. Pa tako firme, kazališta, kina i udruge koriste plakate kako bi reklamirale svoje proizvode, oglašavale nadolazeće događaje i slično, te tako pridobile publiku na kupnju i konzumaciju.



Slika 2.1: Paulo Assunção, Nike Poster

4.1. Osnovna podjela plakata

Postoje četiri osnovne vrste plakata.

To su:

- reklamni plakati,
- filmski plakati,
- motivacijski plakati,
- plakati nekog događaja.

Bez obzira o kojoj vrsti plakata se radi, svaki od njih zasebno nas navodi na određenu radnju. Suptilno nas navodi da želimo kupiti proizvod, pogledati određeni film ili posjetiti odabrani događaj.

□ Reklamni plakati

„Plakati se najčešće primjenjuju u području oglašavanja. Jedna od najranijih vrsta reklamnih plakata bili su politički plakati koji su se pojavili tijekom Prvog svjetskog rata kao način regrutiranja vojnika.“[3] U današnje vrijeme politički plakati služe da privuku glasače kako bi glasali za određenu stranku u odnosu na nekada dok su služili za regrutiranje vojnika. Također, ova vrsta plakata ima veću primjenu u komercijalne svrhe u kojoj se preko istih reklamira određeni proizvod i ujedno navodi potrošača da mu je taj proizvod nužno potreban.



Slika 3.1: By FOREAL studio, Reklamni plakat

□ Filmski plakati

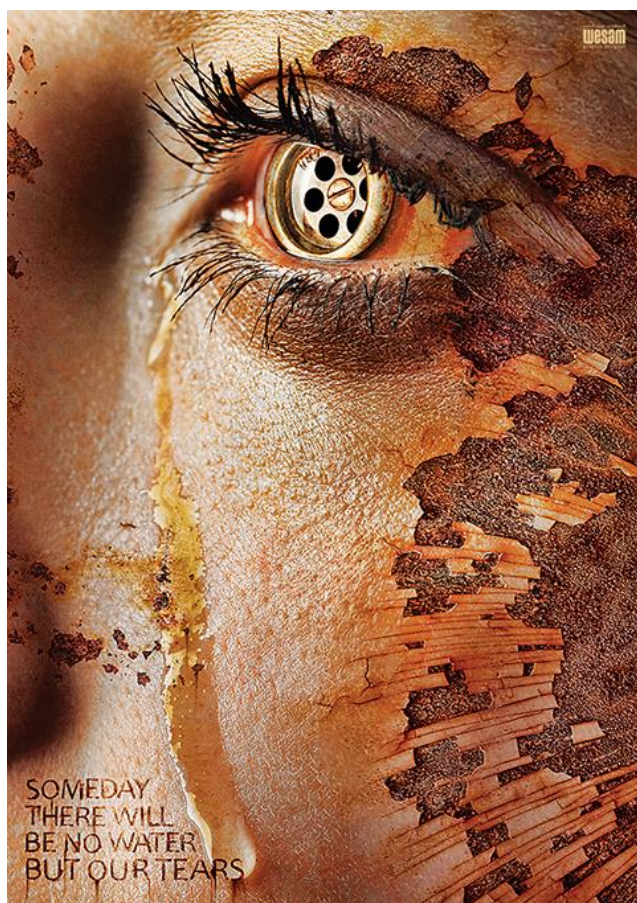
„Jedna od najpopularnijih i najdražih vrsta je filmski plakat. To su obično originalne slike ili ilustracije koje nam daju osnovni uvid u film.“[3] Kod ovih plakata izrazito je bitan dizajn kojim su naglašeni važni detalji filma što naposljetku privlači veliki broj ljudi da pogleda željeni film. Često sadrži imena redatelja, glavnih glumaca kao i naziv produkcije koja je snimala film.



Slika 3.2 :Desney, Filmski plakat

□ Motivacijski plakati

Ovi plakati su osmišljeni kako bi pomogli cjelokupnom društvu u motivaciji određenih ljudi na pozitivnu promjenu. „Često se primjenjuju u velikim tvrtkama radi motivacije zaposlenika.“[3] Najčešće se koriste u poticanju rješavanja nekog problema u društvu poput zagađenosti, korupcije, odlaganja otpada itd. Također, mogu se koristiti kao oblik pomoći određenoj skupini ljudi kako bi što lakše prolazile kroz teške životne situacije. „Probleme prikazuju na različite načine: mogu ih prikriti apstraktnim idejama ili ironijom, kao što ih dizajneri mogu predstaviti na naj slikovitiji način koji ponekad može izgledati šokantno.“[3]



Slika 3.3: By Wesam Mazhar Haddad, Motivacijski plakat

□ **Plakati događaja**

Ovom vrstom plakata prikazuju se nadolazeći događaji, naprimjer to mogu biti koncerti ili izložbe. „Da bi se postigla učinkovita promocija, plakati moraju biti privlačni i originalni, pa dizajneri često pokušavaju primijeniti kreativna rješenja.“[3] Primjerice to bi značilo da na plakatu za koncert ne mora nužno biti naglašena slika koncerta već može biti slogan albuma koji se izvodi ili ilustracijom prikazan stil glazbe određenog izvođača.



Slika 3.4: By DKNB, plakat događaja

4.2. Osnovne karakteristike svakog plakata

Najbitnijom karakteristikom svakog plakata smatra se dizajn, odnosno njegova grafička komunikacija u kojoj se stvaraju vizualne i verbalne poruke u smislu komunikacijske platforme. Bitno je napomenuti važnost dizajna usmjerenog korisnicima. „Dizajn usmjeren korisnicima (eng. User-centered design, UDC) predstavlja pristup dok kojeg je dizajnerska praksa utemeljena na razumijevanju stvarnih korisnika, njihovih ciljeva, zadaća, iskustava, potreba i želja.“[4] Prema tome, uz dizajn kao osnovne karakteristike plakata smatraju se i tipografija i ilustracija plakata u skladu prilagođenosti određenoj svrsi i publici.

Što je tipografija i čemu ona služi u dizajniranju plakata? „Tipografija (tipo- + -grafija), umijeće slaganja tipografskih elemenata, tj. dijelova tiskarskoga sloga (teksta) i ilustracija u jedinstvenu i razumljivu optičku cjelinu.“[5] Korištenjem različitih veličina slova i vrsta tipografije kao što su sans ili serif pisma utječe se na dizajn i percepciju koju želimo stvoriti u prezentaciji plakata. Naprimjer, uobičajeno je da se na prikazu ženskog modnog plakata koristi serifna ili skript tipografija, dok se na plakatima nove elektronike koristi sans ili modern tipografija koja daje moderni stil i percepciju inovativnosti.

„Ilustracija (latinski *illustratio*: jasnoća, blistavost). Slikovno tumačenje, objašnjenje ili ukrašavanje teksta u knjizi, časopisu, novinama, promidžbenim publikacijama (slika, crtež, skica, fotografija).“[6] Dakle, ilustracija je jednostavno i bilo kakvo slikovno tumačenje neke stvari. Ilustracija nam pomaže u dizajnu plakata odnosno da bolje razjasnimo priču i komunikaciju koju želimo dočarati plakatom. Naprimjer, ako želimo neki proizvod reklamirati upotrijebit ćemo najbolju sliku tog proizvoda kao osnovnu cjelinu plakata te na sliku nanositi tipografiju.

4.3. Dizajn i namjena

Podjela plakata po dizajnu svodi se u tri kategorije.

To su:

- tipografski plakati,
- slikovni plakati,
- grafički plakati.

Naravno svaka vrsta dizajna ima svoju ulogu i namjenu.

□ Tipografski plakati

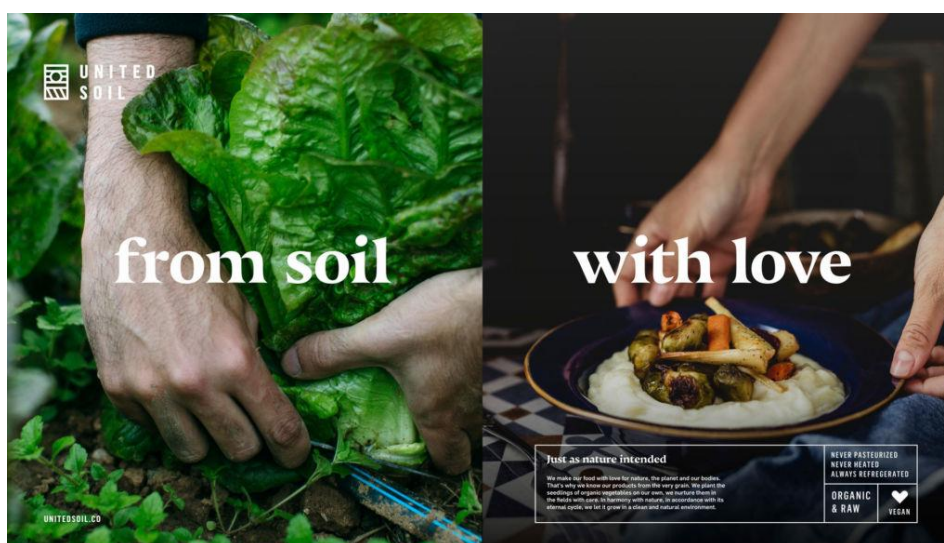
„Ne-dizajnerima se ovaj smjer može činiti laganim i brzim, ali tipografija je složena znanost koja zahtijeva duboko znanje kako bi stvari djelovale učinkovito.“[3] Također, tipografija zahtijeva i veliko iskustvo kao i mentalni portfolio kako bi ovaj stil dizajna ispao upečatljiv. Zbog toga se većina današnjih dizajnera plakata ne koristi ovom tehnikom. U odnosu na slikovne ili grafičke plakate izrađuju se u znatno manjem broju. Ovakav dizajn plakata najviše se koristi u motivacijske svrhe i kod nekih događaja, budući da se tipografijom može stvoriti dobar dojam plakata. Svaki dio tipografije ima svoju ulogu na plakatu pa se time može stvoriti dizajn koji odgovara svakom obliku namjene.



Slika 3.5: Steve Wolf, Tipografski plakat

□ Slikovni plakati

„Fotografija je sama umjetnost i ako se kombinira s modernom tehnologijom dizajna, može se pretvoriti u jedinstveni poster.“[3] Za ovaj tip dizajna može se reći da je najjednostavniji i ima najširu namjenu te se može koristiti za bilo koju vrstu plakata. U modernom dobu svatko može u par koraka stvoriti slikovni plakat stoga se smatra jednim od najpopularnijih dizajnerskih tehnika plakata.



Slika 3.6: Studio Otzwarte, Fotografski plakatž

□ Grafički plakat

„To je smjer u kojem se odvezuju ruke dizajnerima i pušta se njihova mašta koliko god može.“[3] U ovoj vrsti dizajna je sve dopušteno što podrazumijeva ilustracije ili slike rukom pa sve do pixel arta ili vektorske grafike. Bilo što vezano uz ilustraciju ili grafiku pripada u ovu kategoriju tako da se može prikazati potpuna sloboda i kreativnost dizajnera. Slobodnim izražajem dizajnera najčešće se koristi kod dizajna motivacijskih plakata ili plakata određenih događaja, ponekad u reklamnoj industriji te rijetko u dizajnu filmskog plakata.



Slika 3.7: Tubik, Grafički plakat

5. Odabir ilustracijske tehnike

Pošto nitko da sada nije napravio plakat ili nešto slično SPT-om. Odabran je SPT kao tehnika ilustracija. Kao razlog se također može navesti i želja za umjetničkim i dizajnerskim izazovom.

5.1. Počeci Spray paint arta

Zahvaljujući izumu Jack Dorsey-a koji je patentirao boju u spreju uz pomoć svoje žene današnji umjetnici imaju još jedan alat u svojem asortimanu kojega mogu iskoristiti. „To što je prodavač boja iz sjevernog Illinoisa stvorio alat pomoću kojeg su se pobunjenici, članovi bandi, umjetnici i prosvjednici protiv Wall Streeta izrazili, samo potvrđuje da izumitelji ne mogu niti kontrolirati niti predvidjeti utjecaj svojih inovacija.“[7] Najraniji oblik grafita možemo povezati sa spiljskim crtežem u početku ljudskog razvoja. Kao što su praljudi koristili crteže na zidovima da bi označili svoj teritorij u špilji te zabilježili svoje lovačke uspjehe. Tako u suvremeno doba razne svjetske bande, ponajviše one u SAD-u pomoću grafita označuju svoje teritorije, također neki pobunjenici i prosvjednici slikaju svoja iskustva i poruke po zidovima zgrada. Unazad nekih 20-ak godina grafiti se počinju gledati kao umjetnost pa tako dolazi i do korištenja SPT-a na samome platnu ili papiru.



Slika 4.1: fluid-painting, Izrada Grafita

6. Izrada plakata

Ideja je ilustracija serije četiri motivacijska plakata usmjerena umjetnicima, te onima koji će postati umjetnici jednoga dana.

Izrada plakata raspoređena je u dva koraka:

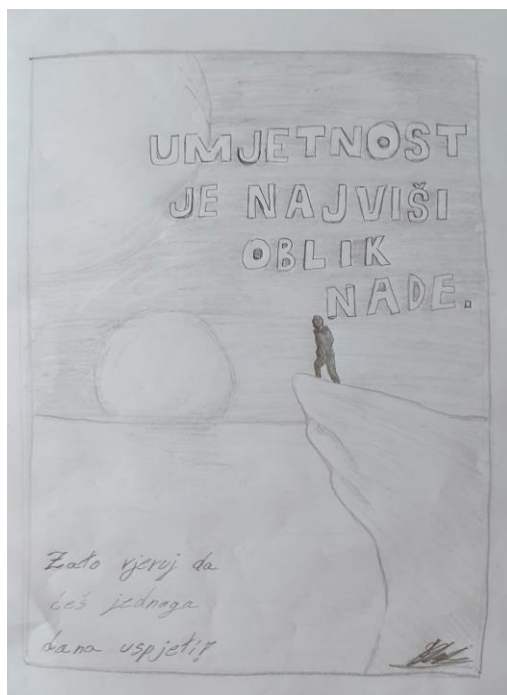
- razrada ideje, odabir tematike ilustracije, analiza ciljane skupine, odabir formata i crtanje skice,
- ilustracija plakata SPT-om, skeniranje te digitalno uređivanje kao što je dodavanje citata, izoštravanje i priprema za print.

6.1. Razmišljanje o ideji, stvaranje skica

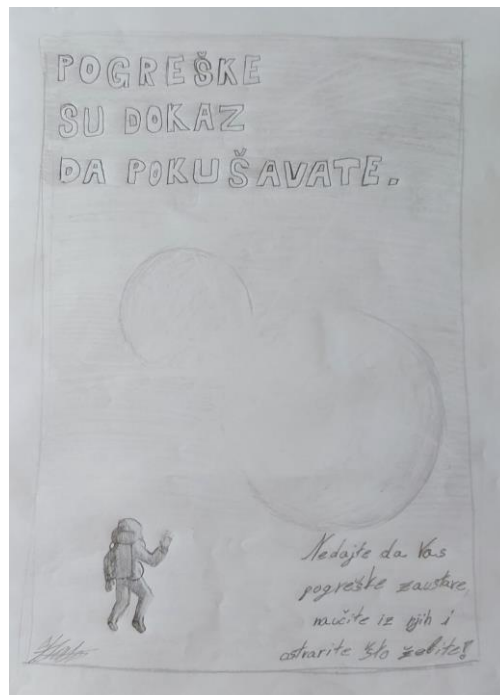
Prvenstveno što je zamišljeno je vrsta plakata koja se želi stvoriti. Razmišljanje se svodi u želji za postankom umjetnika i svijesti koliko je teško naći inspiraciju i nastaviti dalje kada uslijedi kreativna kriza. U određenom trenutku umjetnička kriza dogodi se svakome umjetniku, ali uz viziju i težnju za stvaranjem dolazi do pokretanja motivacije pri čemu nastaju nova umjetnička djela.

Ciljna skupina su umjetnici dok je za tematiku odabran svemir i sudar dvaju planeta koji kroz seriju plakata stvaraju anomaliju. Zašto baš svemir i sudar dvaju planeta? Svemir zato što je misteriozan, svi mu se divimo i svi duboko u duši želimo znati što se tamo nalazi. Tako bi dušu svakoga umjetnika mogli usporediti sa svemirom budući da svaki pojedinac ima nešto duboko u sebi što trenutno ne vidi ali to isto želi pronaći. Zamisao je da sudar planeta predstavlja kombinaciju tradicionalne umjetnost SPT-a spojene s digitalnom obradom što je dovelo do nastajanja potpuno novog oblika plakata.

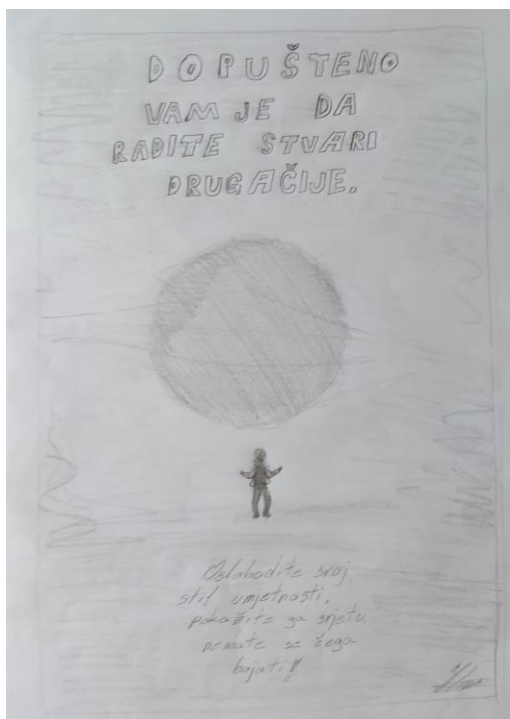
Nakon razrade teme izrada skica bila je jednostavna. Dodavanjem osobe unutar cijele serije plakata stvorena je kompozicija koja daje dubinu cijeloj priči. Citate koji se koriste pronađeni su na stranici „Pinterest“ [8]. Budući da je community stranica, omogućava lakši pristup za pronalazak referenci i citata koji su mi bili potrebni za stvaranje plakata. Također se u same plakate dodane neke osobne rečenice potpore i poticaja. (slika 5.1-slika 5.4)



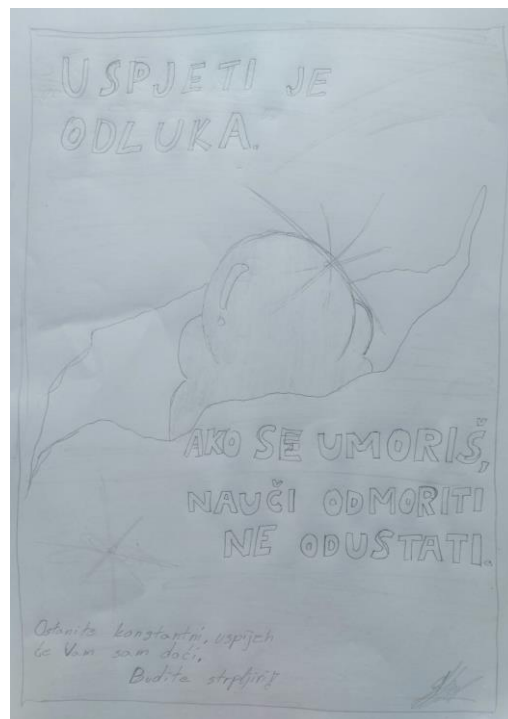
Slika 5.1: Luka Stanešić, Skica 1



Slika 5.2: Luka Stanešić, Skica 2



Slika 5.3: Luka Stanešić, Skica 3



Slika 5.4: Luka Stanešić, Skica 4

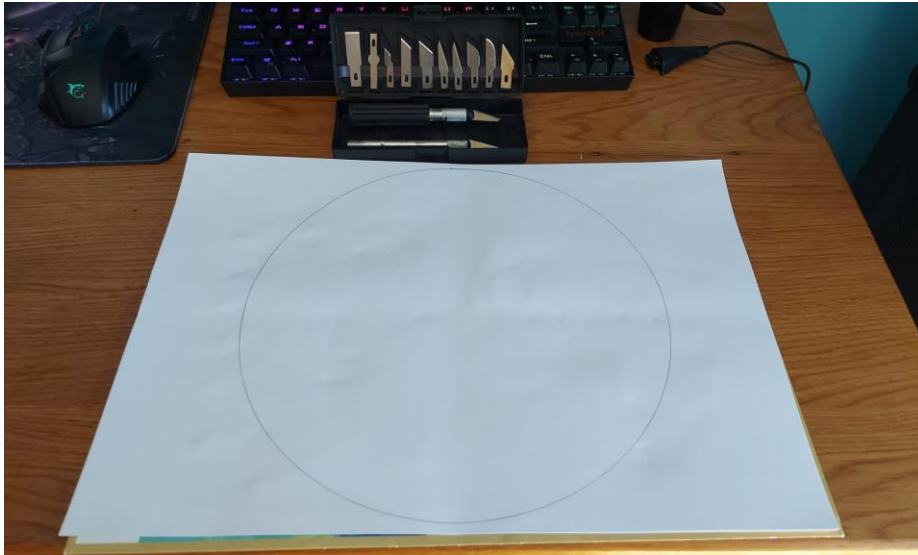
6.2. Priprema za slikanje ilustracija

Prvi korak koji se radi u slikanju ilustracije je izrada šablona. Kao šablonu korištena je skica čovjeka koji stoji na stijeni, astronauta u svemiru i točni promjer planeta koji je potreban za svaku sliku (Slika 5.5). Korištene se posebne šablone planeta s ciljem da svaki plakat u seriji bude poseban. Jedan od razloga korištenja šablona je taj što omogućuje jednostavnije slikanje i realizaciju ideje bez kojih ne bi bilo moguće izraditi detalje unutar ilustracije.



Slika 5.5: Luka Stanešić, Skice šablona

Nakon crtanja samih šablona bilo je vrijeme za njihovo rezanje (slika 5.6) i odabir koji dio je potreban iz izrezane šablone, dali okolina ili sami izrez skice (slika 5.7). Izrezivanje šablona koje se režu skalpelom može se nazvati i operacijom SPT-a zato što je potrebna mirna ruka i velika koncentracija. Izrezivanje oblika poput savršenog kruga može biti vrlo komplicirano i ponekad ih je potrebno ponavljati više puta.



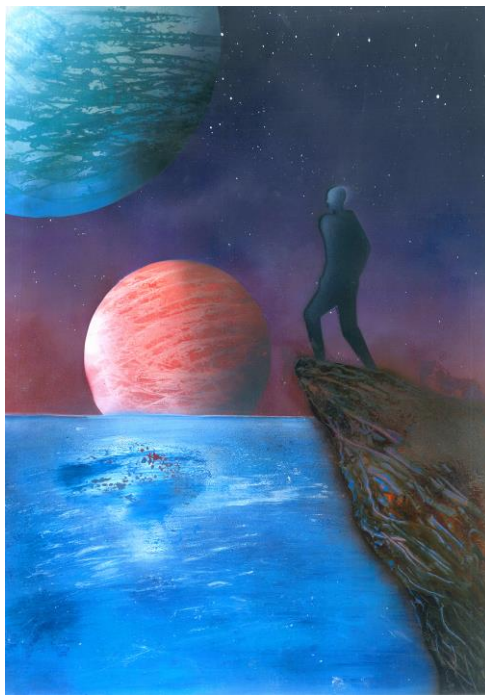
Slika 5.6: Luka Stanešić, izrezivanje šablone



Slika 5.7: Luka Stanešić, gotove šablone

6.3. Izrada ilustracija

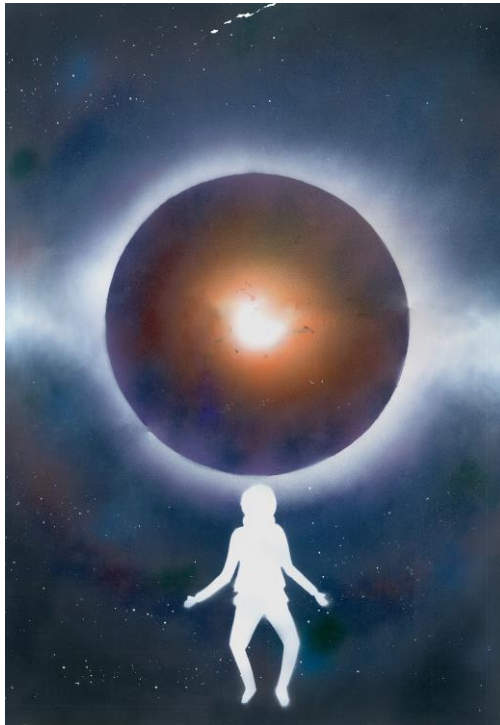
Korištenjem šablona izrezanih u prošlome poglavlju nastale su ilustracije koje su skenirane u tiskari. Time su dobivene ilustracije u digitalnom obliku (slika 5.8- slika 5.11.) potrebne za daljnju obradu kojima su dodani ostali elementi, te su pripremljeni za print.



Slika 5.8: Luka Stanešić, Ilustracija prvoga plakata



Slika 5.9: Luka Stanešić, Ilustracija drugoga plakata



Slika 5.10: Luka Stanešić, Ilustracija trećega plakata



Slika 5.11: Luka Stanešić, Ilustracija četvrtog plakata

7. Digitalna obrada plakata

Po završetku skeniranja plakata, započeta je digitalna obrada što podrazumijeva dodavanje citata te pripremu plakata za print. Nakon toga osmišljeni su prikladne osobne izjave motivacije za plakate.

7.1. Citati

Kao što je bitna ilustracija serije plakata tako je bitan i tekst koji se stavlja na te plakate. U ovome slučaju to su citati i osobne motivacijske izjave. Citati su potraženi na stranici „Pinterest“ [8] koja pruža najveći izbor. Na svaki plakat stavljena su po dva citata i jednu osobna motivacijska izjava.

7.1.1. Plakat jedan

Citat 1: „Najgori neprijatelj kreativnosti je sumnja u samoga sebe.“ [8]

-Sylvija Plath

Citat 2: „Smisao života je pronaći svoj dar. Svrha života je dijeliti ga.“ [8]

-Pablo Picasso

Izjava: Pa ako sumnjamo u sebe i ne dijelimo svoj dar s ljudima oko sebe ne možemo niti očekivati da će se naši snovi ostvariti. Zato prestani sumnjati i podjeli svoj dar sa svijetom.

-Luka Stanešić

7.1.2. Plakat dva

Citat 1: „Greške su dokaz da pokušavate.“ [8]

-Dieter F. Uchtdorf

Citat 2: „Ne boj se savršenstva – jer ga nikada nećeš ostvariti.“ [8]

-Salvador Dali

Izjava: Ne dajte da vas pogreške zaustave, naučite iz njih i ostvarite što želite!

-Luka Stanešić

7.1.3. Plakat tri

Citat 1: „Umjetnost nije stvar, ona je put.“ [8]

-Elbert Hubbard

Citat 2: „Dopušteno vam je da radite stvari drugačije.“ [8]

- Asja Boros

Izjava: Odaberite svoj put, svoj stil. Pokažite svijetu što znate. Nemate se čega bojati!

-Luka Stanešić

7.1.4. Plakat četiri

Citat 1: „Uspjeti je odluka.“ [8]

-BossBabe

Citat 2: „Ako ste umorni, naučite odmoriti ne odustati.“ [8]

- Banksy

Izjava: Ostanite konstantni, uspjeh će vam doći sam. Budite uporni!

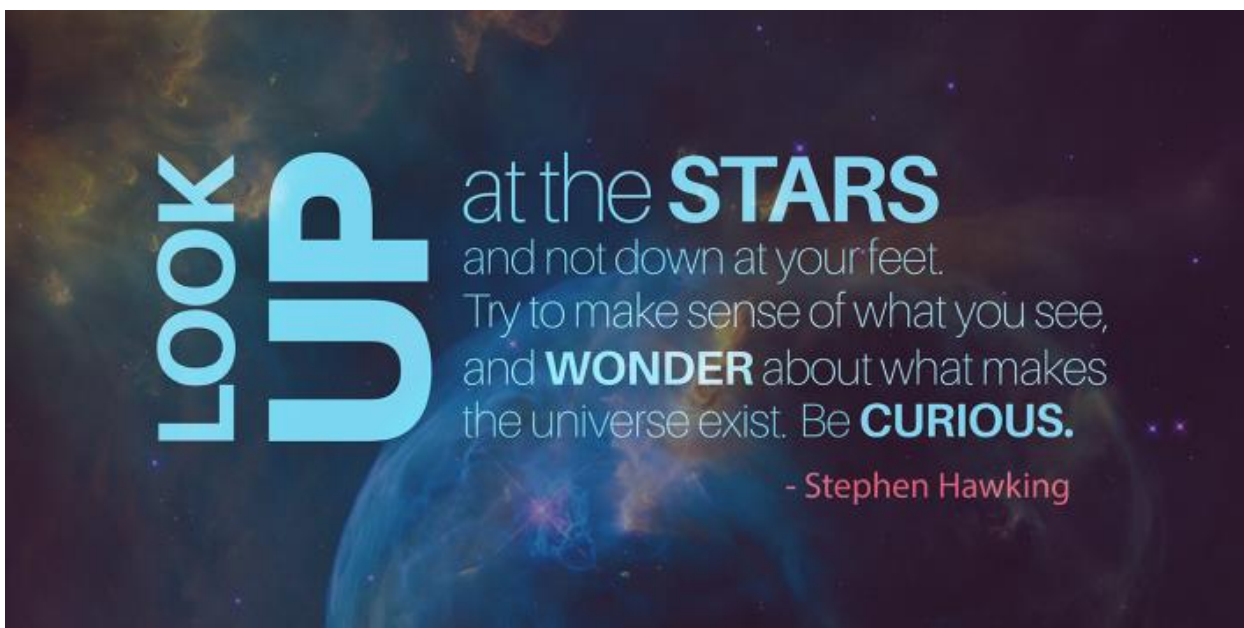
-Luka Stanešić

7.2. Dodavanje citata

Za dodavanje citata korišten je sam Adobe InDesign što na tržištu predstavlja trenutno najbolji program za grafičko uređivanje. „Aileron font family“[9] (slika 6.1, slika 6.2) odabran je kao font zato što savršeno nadopunjuje kompoziciju plakata. To je San serifni font koji je po mojem mišljenju vrlo lagan za čitanje i dobro uočljiv bez obzira dali se radi o Regular, Italic ili Bold obliku.



Slika 6.1: Dot colon, Prikaz Aileron fonta

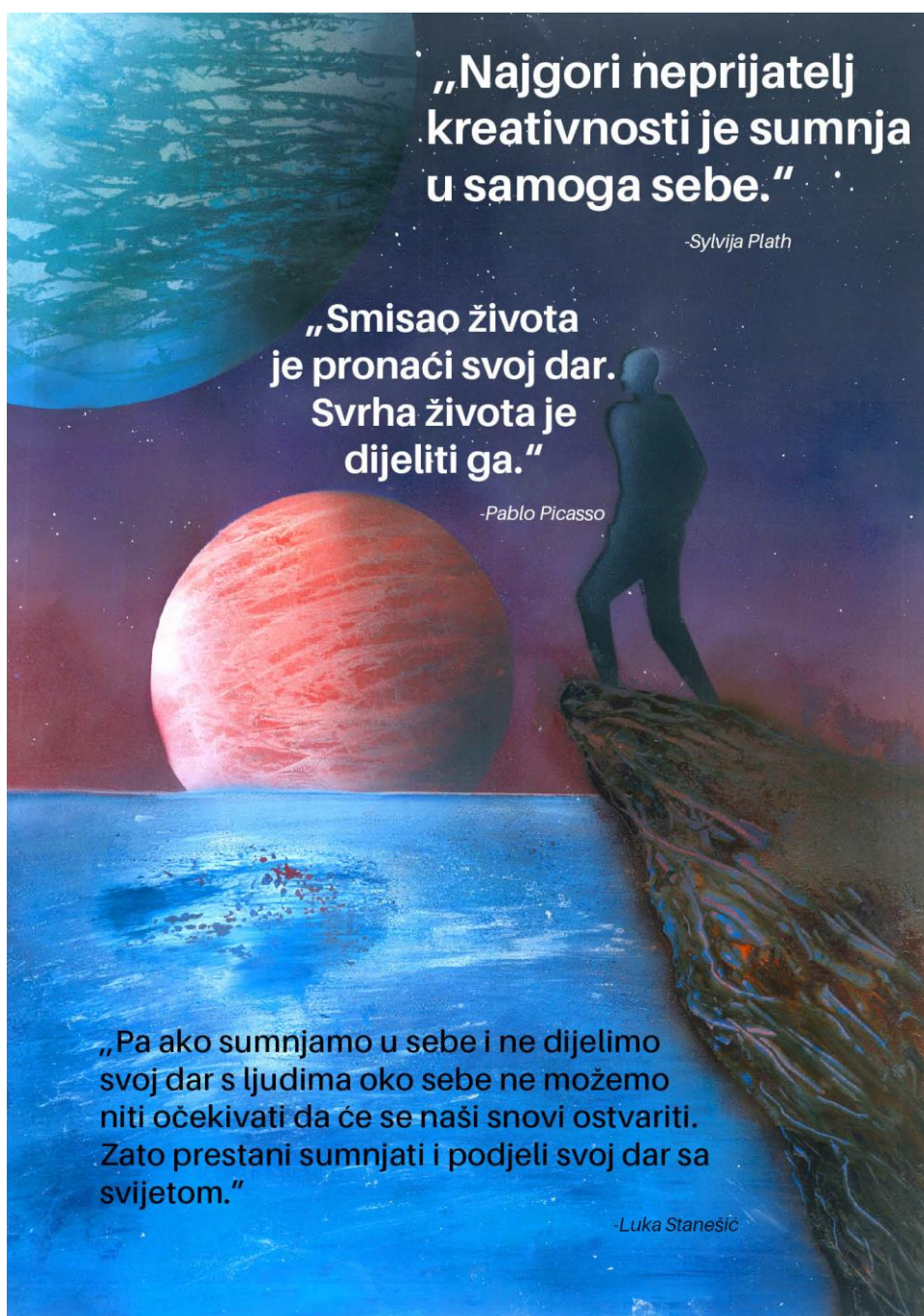


Slika 6.2: Dot colon, Prikaz Aileron fonta

7.3. Završetak plakata

7.3.1. Plakat jedan

Prvi plakat predstavlja vjeru u samoga sebe. Cilj je da osoba koja gleda plakat shvati kako može ostvariti sve što poželi, ako je spremna uložiti svoje vrijeme i trud. Pokazati ljudima da vjeruju u svoj dar koji im pruža smisao i svrhu života te da je on dovoljno velik da se podijeli s ostatkom svijeta.



Slika 6.3: Luka Stanešić, Dovršeni plakat jedan

7.3.2. Plakat dva

Drugi plakat govori o tome da svi griješimo i da se pogrešaka ne trebamo bojati. Na ovome svijetu ništa nije savršeno pa tako ni umjetnost koju neko stvara ne može biti savršena. Trebamo biti svjesni svojih grešaka te iz njih naučiti koliko truda je potrebno za ostvarenje ciljeva koji nikada ne mogu biti potpuno savršeni.



Slika 6.4:Luka Stanešić, Dovršeni plakat dva

7.3.3. Plakat tri

Svakome je dopušteno da radi stvari na drugačiji način od ostalih. Stoga treći plakat predstavlja put svakog pojedinca koji on odabire prema svojoj osobnosti i usmjerava ga prema usavršavanju odabranog stila umjetnosti kao i težnji prepoznavanja istog. Prema tome želja je potaknuti svakog pojedinca da se ne treba ustručavati koristiti svoj stil i svoje sposobnosti kako bi ga prikazao svijetu na način na koji ga on vidi.



Slika 6.5: Luka Stanešić, Dvršeni plakat tri

7.3.4. Plakat četiri

Nikad ne smijemo odustati, uvijek trebamo pratiti svoje snove! Svima nam ponekad dođe da odustanemo te baš u tim trenucima nam je potrebno nešto da nas pogurne dalje. Tako je cilj ovog plakata da probudi snagu u nama tako da ne odustanemo od svoga sna, te da ostanemo konstantni na našem putu prema uspjehu.



Slika 6.6: Luka Stanešić, Dovršeni plakat četiri

8. Samo analiza

Nakon svakog dovršenog rada potrebno je izraditi osvrt na rad prije samog iznošenja zaključka. Također potrebno je prikazati stečeno znanje i tehnike koje su primijenjene tijekom izrade rada.

8.1. Analiza teorijskog dijela

Stvarajući ovaj rad unaprijedio sam svoje znanje o plakatima. Smatram da sam kroz svoje studentsko obrazovanje stekao dobru podlogu za izradu plakata, no isto tako priznajem da određene stvari nisam shvaćao te ih nisam uzimao u obzir sve do izrade ovoga završnog rada. Zaintrigirala me količina različitih kategorija plakata, njihove tehnike izrade, dizajn same namjene plakata kao i osnovne karakteristike koje oblikuju kadar u promatračevoj percepciji plakata.

Vrlo zanimljiva činjenica bilo je istraživanje povijesti i izvora umjetnosti spreja čiji početak kreće od špilja pa se s vremenom razvija do današnjeg platna i ulice. Tim istraživanjem sam naučio kako dodatno unaprijediti vlastiti stil i pronaći jednostavniji put prema usavršavanju umjetnosti kojoj sam usmjeren.

8.2. Analiza praktičnog dijela

Praktični dio završnog rada svodio se na izradu skica i ilustracija plakata koji spada u njegov lakši dio izrade. Sam početak svodio se na osmišljavanje ideje, izradu skica i rezanje šablona a najzanimljiviji dio bio je oslikavanje ilustracija za plakate. Dio izrade ovog rada zbog kojeg sam izašao iz svoje zone udobnosti vezan je uz pronalazak odgovarajuće tiskare koja može pretvoriti fizičke ilustracije u digitalni oblik za potrebe daljnje obrade. U protivnom digitalna obrada ovog rada ne bi bila moguća.

U procesu odabira citata i osmišljavanja izjava koristio sam stranicu „Pinterest“ [8]. Njihovim odabirom cilj mi je bio održati promatrača fokusiranim na citate kojima se prenosi poruka koju sam želio odaslati. Uzevši u obzir osnovne karakteristike plakata, citate sam rasporedio na pripadajuće te ih pripremio za print.

9. Zaključak

Plakat pripada u jedno od najranijih izražajnih sredstava iz tog razloga što se njegova prva pojava bilježi u rimskome dobu, bez obzira na razvitak tehnologije i na pojavu novih medija on je opstao. Za vrijeme industrijske revolucije bio je korišten svrsi političke propagande i regrutiranja vojnika, te s vremenom se razvija i služi široj primjeni poput reklamiranja proizvoda, najave filmova, motiviranja ljudi i mnogih drugih. U moderno doba ljudi ponajviše informacija primaju vizualnom komunikacijom, provodeći vrijeme na internetu, gledajući u zaslone mobitela i TV-a, promatranjem plakata ili nekim drugim vizualnim izvorom. Stoga je vrlo bitno kako ćemo prezentirati svoj radi ciljanoj publici, jer protivnom će nestati u gomili informacija. Tako da se moramo potruditi da budemo unikatni i posebni, iz tog razloga sam pristupio potpuno originalnom načinu izrade plakata. Ideja ovog rada je bila da se poveže klasična umjetnost s modernom tehnologijom. Spojiti ilustraciju SPT-a s digitalnom obradom te da će to biti ključ uspjeha da se izađe iz gomile informacija i pružim ljudima tračak nade i motivaciju koja im je potrebna da ostvare sve što požele.

Ključna tehnika koja se odabrala za izradu plakata, SPT ili Spray Paint Tehnika. Stil umjetnosti koji se je razvio iz grafita. Dakle da nije bilo izuma Jack Dorsey-a i njegove boje u spreju ne bi došlo niti do pojave SPT-a. Činjenica da je pojava ovog izuma omogućila bandama da obilježe svoje teritorije vlastitim simbolima te se iz tog razloga s vremenom pojavila umjetnost danas poznata kao grafiti, no kada se određena skupina uličnih umjetnika odlučila odvojiti i posvetiti platnu umjesto zidu stvoren je SPT. Odabrati tako nešto posebno za izradu plakata bila je jako hrabra odluka, toliko je stvari moglo poći krivo, ali nije. To samo po sebi može biti drugima velika motivacija.

Stvar je u tome da ako imamo dobru ideju, dobru strategiju te znamo kako iskoristi svoje sposobnosti, svako dizajnersko rješenje može dobro izgledati. Da bi motivacijski plakati bili uspješni potrebno je pomno promotriti skupinu koju ciljamo te koji su njihovi problemi. To bi značilo da dizajner mora prepoznati problem društva i znati ga riješiti. Kada se definira problem u toj ciljanoj skupini, bit će lakše stvoriti strategiju koja će ga riješiti i dovesti do zadanog cilja. Ako definiramo ciljnu skupinu i izradim plakat namijenjen njima, ona će se lakše poistovjetiti s istim.

Dakle ako kroz dobru analizu i strategiju koristimo pravilne elemente izradit ćemo dobar plakat. To je onaj plakat koji privuče pažnju promatrača i koji će im savršeno servirati poruku koju oni duboko u sebi žele čuti.

Za kraj valja napomenuti da bilo tko može napraviti vrlo dobar plakat ako razumije prethodno navedene činjenice. U ovome radu je dobro analizirana publika, te stvoreni plakati koji će privući pažnju umjetnicima te pogurnuti ih naprijed u ostvarivanje njihovih ciljeva.

U Koprivnici 30.08.2021.



IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Luka Stanešić (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Serijski motivacijski plakati (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

Luka Stanešić

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Luka Stanešić (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Serijski motivacijski plakati (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

Luka Stanešić

(vlastoručni potpis)

10. Literatura (stil – Naslov 1)

- [1] <http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/plakat.htm>, Dostupno 06.07.2021.
- [2] <https://blog.icons8.com/articles/graphic-design-poster-design-tips/> , Dostupno 06.07.2021.
- [3] <https://design4users.com/the-art-of-poster-design-goals-types-and-directions/> , Dostupno 07.07.2021.
- [4] M. Tomiša/M. Milković: Grafički dizajn i komunikacija, Sveučilište sjever, Varaždin, 2013.
- [5] <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=61406> , Dostupno 07.07.2021.
- [6] <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27123> , Dostupno 07.07.2021.
- [7] <https://www.nytimes.com/2011/11/06/magazine/who-made-spray-paint.html>, Dostupno 04.08.2021.
- [8] <https://www.pinterest.com>, Dostupno 6.8.2021.
- [9] <https://www.fontsquirrel.com/fonts/aileron>, Dostupno 20.08.2021.

11. Popis slika

Slika 1.1: James Montgomery Flagg, Uncle Sam, 1917

Izvor: <http://www.designishistory.com/1850/posters/>

Slika 1.2: B. Ljubičić: "Volim kvadrat i krug"

Izvor: <http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/plakat.htm>

Slika 2.1: Paulo Assunção: Nike Poster

Izvor: <https://blog.icons8.com/articles/graphic-design-poster-design-tips/>

Slika 3.1: By FOREAL studio, Reklamni plakat

Izvor: <https://design4users.com/the-art-of-poster-design-goals-types-and-directions/>

Slika 3.2: Disney, Filmski plakat

Izvor: https://www.google.com/search?q=movie+poster&client=opera-gx&hs=R84&sxsrf=AOaemvI9SQPgTkbmKwYY8BW9WF1IJ-KhYw:1630168918618&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwj4ncW6lNTyAhVngP0HHa3hAb0Q_AUoAXoECAEQAw&biw=1417&bih=718#imgrc=kZaZBmx3CNRtMM

M

Slika 3.3: By Wesam Mazhar Haddad, Motivacijski plakat

Izvor: <https://design4users.com/the-art-of-poster-design-goals-types-and-directions/>

Slika 3.4: By DKNG, plakat događaja

Izvor: <https://design4users.com/the-art-of-poster-design-goals-types-and-directions/>

Slika 3.5: Steve Wolf, Tipografski plakat

Izvor: <https://design4users.com/the-art-of-poster-design-goals-types-and-directions/>

Slika 3.6: Studio Otzwarte, Fotografski plakat

Izvor: <https://design4users.com/the-art-of-poster-design-goals-types-and-directions/>

Slika 3.7: Tubik, Grafički plakat

Izvor: <https://design4users.com/the-art-of-poster-design-goals-types-and-directions/>

Slika 4.1: fluid-painting, Izrada Grafita

Izvor: <https://fluid-painting.com/en/spray-paint-art/>

Slika 5.1:Luka Stanešić, Skica 1

Izvor: Vlastita proizvodnja

Slika 5.2:Luka Stanešić, Skica 2

Izvor: Vlastita proizvodnja

Slika 5.3:Luka Stanešić, Skica 3

Izvor: Vlastita proizvodnja

Slika 5.4:Luka Stanešić, Skica 4

Izvor: Vlastita proizvodnja

Slika 5.5:Luka Stanešić, skice šablone

Izvor: Vlastita proizvodnja

Slika 5.6:Luka Stanešić, izrezivanje šablone

Izvor: Vlastita proizvodnja

Slika 5.7:Luka Stanešić, gotove šablone

Izvor: Vlastita proizvodnja

Slika 5.8:Luka Stanešić, Ilustracija prvoga plakata

Izvor: Vlastita proizvodnja, Skeniranje Grafoprojekt

Slika 5.9:Luka Stanešić, Ilustracija drugoga plakata

Izvor: Vlastita proizvodnja, Skeniranje Grafoprojekt

Slika 5.10:Luka Stanešić, Ilustracija trećega plakata

Izvor: Vlastita proizvodnja, Skeniranje Grafoprojekt

Slika 5.11:Luka Stanešić, Ilustracija četvrtog plakata

Izvor: Vlastita proizvodnja, Skeniranje Grafoprojekt

Slika 6.1: Dot colon, Prikaz Aileron fonta

Izvor: <https://www.fontsquirrel.com/fonts/aileron>

Slika 6.2: Dot colon, Prikaz Aileron fonta

Izvor: <https://www.fontsquirrel.com/fonts/aileron>

Slika 6.3:Luka Stanešić, Dovršeni plakat jedan

Izvor: Vlastita proizvodnja

Slika 6.4:Luka Stanešić, Dovršeni plakat dva

Izvor: Vlastita proizvodnja

Slika 6.5:Luka Stanešić, Dovršeni plakat tri

Izvor: Vlastita proizvodnja

Slika 6.6:Luka Stanešić, Dovršeni plakat četiri

Izvor: Vlastita proizvodnja